haben; die Mitarbeiter können sie verwenden, um später in Teilzeit zu arbeiten oder früher in den Ruhestand zu gehen. Das ist eine Möglichkeit, die den Interessen des einzelnen Rechnung trägt und auch für das Unternehmen Flexibilität bringt.

SPIEGEL: Ist es vorstellbar, daß ein Beschäftigter 40 Stunden pro Woche arbeitet und dafür zum Beispiel mit 50 Jahren aussteigt?

Hartz: 50 ist zu früh. Er kann die Zeit auch nutzen, um sich weiterzubilden, um sein Haus zu bauen oder länger zu verreisen. In unserem Konzept des atmenden Unternehmens wird die individuelle Berücksichtigung der Interessen einen viel größeren Raum einnehmen können.

SPIEGEL: Die Gewerkschaft hält das für einen PR-Gag.

Hartz: Wir halsen uns das nicht aus Spaß auf, sondern um die Beschäftigung zu sichern. Mit Hilfe dieser Schecks lassen sich die komplexen Arbeitszeitsysteme jedem Mitarbeiter in drei Sätzen erklären: Sie arbeiten in der Produktion im Durchschnitt 28,8 Stunden pro Woche und erhalten dafür ihr Entgelt. Wenn sie mehr arbeiten, geben wir ihnen dieses Zeit-Wertpapier. Und damit machen sie in Abstimmung mit uns, was sie für richtig halten.

SPIEGEL: Wie erklären Sie Ihren Leuten denn, daß Sie – trotz Personalüberschuß – in der Verwaltung die Wochenstundenzahl auf 32 erhöhen wollen?

Hartz: Die Arbeitsplatzsicherung kostet uns ja sehr viel Geld. Deshalb fordern wir von unseren Beschäftigten einen angemessenen Beitrag, ohne ihnen in die Tasche zu greifen: im Dienstleistungsbereich durch eine erhöhte Anwesenheit und in der Produktion durch den Entfall von Erholzeiten. Bei so stark verkürzter Arbeitszeit halten wir das für zumutbar.

SPIEGEL: Das heißt für die Mitarbeiter: fürs gleiche Geld mehr arbeiten?

Hartz: Wir sehen das als einen Beitrag zur Produktivität, weil es hilft, Kosten zu senken. Zum Beispiel in der Forschung und Entwicklung, im Vertrieb oder bei den Finanz-Dienstleistungen leisten die Mitarbeiter dann für das gleiche Entgelt mehr. Das ist ein Beitrag zur Beschäftigungssicherung. Allein die Vorruhestandsregelung in den nächsten zwei Jahren kostet Volkswagen eine Milliarde Mark. Uns ist bei allem klar, daß unsere Mitarbeiter auch Geld sehen wollen.

SPIEGEL: Um Kosten zu senken, schaffen Sie Überkapazitäten, die Sie später wieder abbauen müssen. Ist das logisch?

Hartz: Ja, solange wir darauf aufpassen, daß Kapazitätserhöhungen nur in den Unternehmensteilen erfolgen, wo wir zusätzlich Leistung brauchen, zum Beispiel in der Entwicklung oder im Vertrieb.

Software

Fax und Solitär

Mit der größten Werbekampagne der Branchengeschichte macht Marktführer Microsoft aus einem Update ein Weltereignis.

Wenn Mangel an Produkten herrscht, muß der Mensch anstehen. Grundsätzlich wartet er in der falschen Schlange, weil es in der anderen immer schneller vorangeht.

Nun ist nichts mehr so, wie es war.

Kunde an Kunde reiht sich seit Donnerstag voriger Woche in Kaufhäusern und Computerläden aller Welt, um etwas zu ergattern, das im Überfluß vorhanden ist: Das Produkt hört auf die erotisierende Bezeichnung „Betriebssystem“, den Namen „Windows 95“ und kann nicht sehr viel mehr, als die leidige Bedienung einer Rechenmaschine etwas freundlicher zu gestalten als bisher.

Bill Gates, 39, Chef des Software-Giganten Microsoft und mit geschätzten 13 Milliarden Dollar Vermögen der Onkel Dagobert der Welt, hat, so sagt er, mehrere hundert Millionen Dollar für die Werbung ausgegeben. Der Zauber machte aus dem verspäteten Upgrade eines Standardprogramms das größte Ereignis in der Computergeschichte seit Aufzeichnung des Wetterberichts auf elektronische Datenträger.

Die Vorgängerversionen Windows 3.0, 3.1 und 3.11 laufen auf 85 Millionen Computern. Nur so ist wohl zu erklären, daß viele der Menschen, denen die Gates-Produkte seit zehn Jahren das Leben in Büro und Heim schwerer gemacht haben, nun in die Läden stürmen, um das neue Windows 95 zu kaufen: Und erlöse uns von deinem Übel.

Bis nach Mitternacht hielten in Amerika, Großbritannien und anderswo Einzelhändler oder Großdealer wie CompUSA mit 86 Filialen in der Nacht von Mittwoch auf Donnerstag ihre Läden offen. Vielen wie dem Studenten Jonathan Prentice, 19, ging es vor allem darum, in einer weltweiten Windows-Olympiade irgendwie zu den ersten zu gehören: Vor fünf TV-Kameras kaufte er sein Windows in Auckland, Neuseeland, Punkt Mitternacht Ortszeit und so dicht an der Datumslinie, daß die gesamte Erdenbevölkerung westwärts das Nachsehen hatte. Der Welt teilte Erstkäufer Prentice dann mit, was er von Windows 95 für sich erwartet: „Da kann ich gleichzeitig Solitär spielen und Faxe senden.“

AP

Windows-Käufer in New York: Gefühl des Aufbruchs

Offenbar ein großer Schritt für Prentice. Die Menschheit hingegen ist von Milliardär Gates säuberlich in Pioniere und Nachzügler eingeteilt worden.

Als erste dürfen Amerikaner, außer den Bewohnern Alaskas, und die Völker von 25 weiteren Staaten Windows erwerben – halb Europa inklusive. Sprachbenachteiligte Nationen wie Deutschland, Österreich, die Schweiz und die Skandinavier dagegen werden mit Versionen in ihren Muttersprachen erst am Dienstag nächster Woche bedient.

Und während die Hotlines in der halben Welt schon in Dutzenden von Sprachen lahmgelegt werden, freuen sich Japaner im Dezember und Chinesen näch-

stes Jahr auf die Herabkunft von Gates – insgesamt hundertmillionenmal soll Windows 95 weltweit verkauft werden.

Bis dahin wird sich noch viel Werbung entfalten. Alles in allem geben Microsoft, Händler und Entwickler wohl 500 Millionen Dollar für die Promotion aus, Kaskaden von Fernsehspots sollen, so Peter Hartmann vom deutschen Microsoft-Marketing, „das Gefühl des Aufbruchs vermitteln“.

Gates läßt das Empire State Building, das sehr viele Fenster hat, in den Windows-95-Farben rot, gelb und grün illuminieren. Von den Rolling Stones hat er den Hit „Start me up“, Preis: angeblich 18 Millionen Dollar, für die Kampagne gekauft. Und auch an anderen irgendwie heiligen Traditionen hat sich der Microsoft-Milliardär vergriffen.

Zum erstenmal seit ihrer Gründung 1788 wurde die Londoner *Times* gratis an die Bevölkerung verteilt – Gates hatte die ganze Auflage des Donnerstags für eine Million Dollar aufgekauft und auf 1,5 Millionen Stück mehr als verdoppelt, Aufschrift auf Seite eins: „Dank Microsoft die *Times* heute umsonst“.

Die Konkurrenz nutzte die Lage, dank Gates, der würdigen *Times* die Ehre abzuschneiden. Der *Independent* erschien mit der Dachzeile im Zeitungskopf: „A newspaper worth paying for“ – „Eine Zeitung, die es sich zu kaufen lohnt“.

Mit einer Karnevals-Party am Firmensitz in Redmond bei Seattle feierte Gates am Abend desselben Tages mit 2500 Gästen den „Geburtstag“ von Windows 95. Die Gemeinde des Internet, des weltgrößten Computerverbunds mit wohl mehr als 35 Millionen Nutzern, konnte die Höhepunkte der Show auf den Computerbildschirmen verfolgen (Netzadresse: http://www.microsoft.com).

N. FEANNY / SABA

Milliardär Gates*
Schöner, schicker und mehr Fun

Ein Zugriff auf künftige Kundschaft: Denn die neue Software verbindet den Verbraucher mit einem weltweiten Microsoft-Infodienst und dem Internet – beide kommen über normale Telefonleitung auf den Computerbildschirm.

Zur Omnipräsenz in virtuellen Räumen tritt ein weltweiter Aufmarsch im wirklichen Leben. Von sofort an ist keine amerikanische Kleinstadt, kein australischer Aboriginee und kein Oberbayer mehr vor den Windows-Werbern sicher.

In Australien ist die Windows 95 Road Show gestartet: „Welcome to the biggest event in the history of computing.“ Und in den USA brettern nächste Woche Microsoft-Supertrucks auf die Piste, um 75 Städte bis Ende Februar heimzusuchen – ihre Botschaft ist: Windows 95 ist mehr Fun, schöner, schicker und noch nocher.

Windows 95 kriecht in jeden Winkel des Landes: ob es im Five Seasons Hotel von Cedar Rapids, Iowa, als „revolutionäres neues Betriebssystem“ angepriesen oder in der Navy Pier Exhibit Hall von Chicago bei Schnittchen, Cola und Tombola nebst Gates-Rede über Satellit präsentiert wird. Auch eine Gates-Prozession durch ganz Europa ist angedroht – womöglich werden bald sogar die Zeitgenossen, die keinen Computer haben, überzeugt, daß sie erst mal Windows 95 kaufen müssen.

Protestaufruf im Internet*
„Für eine weltweite Zerstörung“

* Oben: am Donnerstag voriger Woche beim Microsoft-Fest in Redmond; unten: skull = Schädel.

Für solche Trend-Kost hat die Windows-Generation das Wort „Hype“ entdeckt, was soviel heißt wie Täuschungsmanöver oder drastischer: Zeitgeistscheiß. Und nun, so sieht es aus, fällt sie massenweise selbst drauf rein.

Der Hype um Windows 95 hat – nichts ist mehr so, wie es mal war – sogar Nischen erreicht, in denen gemeinhin über das Weltenschicksal ernsthaft nachgedacht wird. Josef Joffe, Chef im außenpolitischen Ressort der *Süddeutschen Zeitung*, leitartikelt gewöhnlich über Belange wie „In welcher Welt lebt die Weltpolitik?“ Am Donnerstag voriger Woche hat er in einem Kommentar endlich eine mögliche Antwort gefunden: „Die Welt als Windows“.

Die Vermutung, er habe als Außenpolitiker halt nur dem Großthema „Bill Gates – ein Mann greift nach der Weltherrschaft“ (*Die Woche*) nicht widerstehen können, dementiert Joffe umgehend. Viel einfacher: „Mich ärgert Windows“, begründet er den Text, den er, puristisch, mit einem Programm unter dem drögen Betriebssystem MS-Dos erarbeitet hat. Das ist auch von Gates, zählt zum „Industriestandard“ und läuft auf rund 100 Millionen Computern.

Doch es gibt noch Zuflucht vor den Gatesschen Allgewalten. Wie die Kämpfer des bekannten kleinen gallischen Dorfes haben sich einige Rebellen verschanzt: Mediengerecht virtuell schreiben sie im Internet, oft mit einem Augenzwinkern, ihren Zorn auf den Quasi-Monopolisten in die Welt.

„Microsoft für Computer wie McDonald’s für feines Essen“

Die „Offizielle Haßseite“ (Bandwurmadresse: http://www.oeh.uni-linz.ac.at:8001/àchris/hate/hate.html) bietet Features wie eine „Hate Gallery“ und handfeste Drohungen: „Für eine weltweite Zerstörung von M$“ – das Dollarzeichen steht für Gates’ geniale Gabe, Geld zu scheffeln. Rund ein Dutzend ähnlicher Angebote bereichert das Internet unter Stichmarken wie „Microsoff Bill“ (Netzadresse: http://www.xs4all.nl/àgilr/ blixa.htm) oder „Microsuck Hate Page“ (Netzadresse: http://www.engin.umich.edu/à athaler/microsuck.html). Dort ziehen die Gates-Gegner über ihr Lieblings-Ekel her, ungehindert und unter sich: „Microsoft ist für Computer das, was McDonald’s für feines Essen ist.“

Diese Druiden des Informationszeitalters begleiten die Windows-Kampagne mit ätzendem Witz – Beispiel: „Frage: Wie viele Microsoft-Ingenieure braucht man, um eine Glühbirne zu wechseln? – Antwort: Keinen. Die erklären die Dunkelheit zum Industriestandard.“ ❑